

ПАНОВА Е. Ю.

## КОММЕНТАРИИ К НОВОСТЯМ ГОРОДСКОГО ПОРТАЛА КАК СРЕДСТВО МОНИТОРИНГА СОЦИАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ

В основе исследования – мониторинг комментариев с целью выявления узлов социальной напряженности. Анализируется типология комментариев, их ценностно-семантическое и оценочное поле, а также дается психологическое объяснение столь широкому и активному присутствию комментариев в современном медиапространстве.

**Ключевые слова:** комментарии, интернет-дискурс, социальность, общество, новости.

Panova E. Y.

### Comments to news city portal as a tool for monitoring of the social situation

The study is based on the monitoring review to identify sites of social tension. The author analyzes the typology of review, their value-semantic and evaluative field and also gives psychological explanation for such a wide and active presence review in modern society.

**Keywords:** comments, online discourse, social, society, news.

На сегодняшний день достаточно много исследователей рассматривают самые различные аспекты интернет-коммуникации (Т. В. Алтухова, Р. А. Внебрачных, О. В. Лутовинова, Н. Б. Мечковская, М. Ю. Сидорова и др.), интернет-комментарий, продолжая давнюю коммуникативную стратегию комментария как жанра в целом, в современном научно-исследовательском пространстве понимается как «структура доказательного рассуждения, интерпретирования и оценивания (А. П. Клименко, М. В. Степко, А. А. Тertychnyy)» [5], социологические исследования также довольно успешно легитимизировали интернет-комментарий как эффективный инструмент анализа общественного мнения. Предпринятый анализ комментариев в Сети позволяет предположить, что в Интернете субъекты общения строят диалог с властью через выражение своего отношения к определенным социокультурным нормам и правилам, группам и индивидам, эти конвенции разделяющие, а также определить развитие коммуникативного поведения в интернет-дискурсе, его содержание, обнаружить представления рядовых горожан о политической, культурной и общественной жизни региона, стереотипные сценарии восприятия социальной реальности в информационном пространстве при обсуждении новостных сообщений о деятельности властных структур.

Контент-анализ читательских комментариев показал, что пользователи при обсуждении социальных и политических новостей апеллируют к абстрактно-обобщенному образу чиновника и политического деятеля, например: «Почему

слуги народа живут лучше хозяина? Они же работают. А хозяин бездельничает» [8], что обнаруживает оппозиционность по отношению к большинству поступков, совершаемых представителями власти. Такую стратегию можно охарактеризовать как агрессивно-иррациональное восприятие власти, которое не зависит от политических и идейных ориентаций. В откликах актуализируются следующие социальные стереотипы власти: «чиновник-бездельник», «демагог», «элита, оторвавшаяся от народа» и т. п. С другой стороны, в указанной нами стратегии при построении высказывания используются просторечия, окказионализмы и нелитературные формы названия чиновников и политиков: «чинуши», «дармоеды», «бездельники», «слизняки» (здесь и далее сохраняются лексика, орфография и пунктуация оригинала – прим. авт.) и т. п. Это касается и коллективного образа: «сборище». Справедливости ради стоит отметить, что эта номинация используется и для характеристики сообщества комментаторов, что связывается с таким явлением, как троллинг, то есть сознательное коммуникативное действие явно провокационного характера с целью оживления, пролонгирования обсуждения.

Наибольшую враждебность в комментариях вызывают сообщения о действиях властей по стабилизации экологической обстановки в городе и области, часто это приводит к прямым враждебным выпадам: «Посадки ответственных чиновников будут? Или на крайний случай увольнения с миллионный штрафом они же ущерб населению и природе своим бездействием нанесли»; «Если чиновники бездействовали, то есть не выполняли свои обязанности, то за что они зп и премии получали? Пусть тогда эти деньги вычтут из их зарплат»; «В отставку ВСЕХ бездельников!» («Заводы и бездействие чиновников стали причинами смога в Челябинске», [8]). «Вонища, невозможно дышать! Когда же нас травить перестанут...» («До вечера среды в Челябинске объявили неблагоприятные метеоусловия», [8]). Здесь мы видим реализацию прагматического понимания природы власти как общественного договора, который нарушается одной из сторон. Апофеоз развития этой темы – в ситуации, развернувшейся вокруг предполагаемого строительства ГОКа около Челябинска, продолжающейся и по сей день.

Появление в комментариях языковых средств, выражающих идеологическую позицию, связано с конкретными событиями. Так, обсуждение новости «Дубровский поручил решить вопрос с проездом ветеранов войны в маршрутках» [8] породило дискуссию о политической жизни современной России и исторических фактах, в которой оформилось два лагеря. Первые участники строят свою самоидентификацию на неприятии идеи сильного государства, на отрицании официальной истории («коммуняки», «ничего не должен ветеранам»), вторые, используя типичные риторические средства, связанные с праздником победы («отдать долг», «огромное уважение и благодарность нашим ветеранам войны и труженикам тыла», «мы все в неоплатном долгу перед ветеранами»), готовы идти на компромисс с властью в особых условиях (праздник, трагедия, отношение к традиции). Но в целом эти

примеры только лишь доказывают индифферентность массовой аудитории по отношению к какой-либо идеологии. Диалог с властью строится не в поле политики, а по линии быта и решения повседневных проблем горожан и жителей области.

Для интернет-дискурса регионального центра также важны проявления национально-территориального уровня самоидентификации пользователей, так как они вербализируют представления о пространстве города, сложившиеся местные стереотипы. Здесь можно отметить стандартные номинации: «Урал», «Южный Урал», а также производные от них «южноуральцы». Однако основная оценка выражена в определениях, относящихся к городу («гнилая провинция», «бардак» и т. п.). Стоит отметить, что виртуальный образ городского пространства репрезентует социальную стратификацию, статус отдельных районов. Возникает оппозиция центр–окраина, семантика которой сводится к критике власти по поводу бездействия.

Вторая коммуникативная стратегия, используемая при языковом выражении самоидентификации, – ирония-провокация по отношению ко всему, что связано с деятельностью власти. Пользователи отказываются от диалога с властью, заменяя его на тотальный стеб, уже упоминавшийся троллинг. Это проявляется в нескольких формах. Во-первых, конструирование «квазисобытий» (условно-абсурдных), которые выступают как параллель к основному информационному сообщению. Например: «У них же все хорошо. Дети накормлены, пристроены. Сами тоже не бедствуют. В больничку по первому требованию, отпуска на море. А тут люди со своими глупыми проблемами, только раздражают, и чего им всем приспичило?» («Южноуральский парламент занял шестое место по численности аппарата» [8]) и др.

Во-вторых, языковая игра: «Какие будут мнения, господа?», «что дэлать будэм, товарищи? Завидовать будэм!», «Работа нервная, пусть владеют» («Челябинские сенаторы отчитались о доходах за 2014 год» [8]); «Город не пуганных “идиотов”» («В парке имени Гагарина под присмотром пожарных сожгли мусор» [8]).

Однако в общем строе комментариев небольшое количество всегда принадлежит позитивно настроенным читателям, пытающимся поддержать действия власти. В высказываниях такого типа преобладает рациональное начало (но не всегда соответствующее объективной правде). Мы можем описать по этому принципу модели коммуникативного поведения, в основе которых лежит рациональное / иррациональное (обращенное к эмоциям, а не к разуму) начало.

Эти основания позволяют выделить наиболее распространенные типы коммуникантов в региональном информационном интернет-пространстве: эксперт – приводит конкретные факты, специальные сведения; логик – использует логические доказательства, обращается к разуму; эмоциональный критик – апеллирует к личному опыту, в высказываниях преобладает иррациональное начало.

На наш взгляд, причина такой лавинообразной популярности комментирования и автокомментирования в сети связана с психологическим аспектом этого явления. Во-первых, синдром авторства, притягивающий своей изначальной «статусностью» и элитарностью: написанное слово психологически увековечивает автора. Во-вторых, комментарии имеют психотерапевтический характер. Когда какой-либо факт действительности вызывает у нас негативную реакцию, мы стремимся изменить не устраивающий нас характер ситуации, как правило, с помощью активных действий. И чем выше «градус» нашего негодования, тем большую интенсивность действий можно предполагать. Но в ситуации «квази-публичного» (в смысле реальной реализованности поступка) интернет-пространства с психологической точки зрения комментарий является тем самым активным поступком, а с точки зрения реальной реализации качество его сомнительно. А потому вся активность переносится с реальных социальных площадок на их модели, клоны, где и происходит разрядка без действия. При попытке культурологического объяснения уместным представляется вспомнить теорию М. М. Бахтина о карнавальной культуре и традициях народного смеха [1], согласно которой народы, имеющие в своем арсенале прочную карнавальную традицию, в некотором смысле застрахованы от революционных потрясений, поскольку накапливаемые социальные конфликты и противоречия «снимаются» в ситуации карнавальной смены ролей и функций.

Наблюдения за развитием «сферы комментариев» обнаружили константное деление аудитории на два почти одинаковых сегмента («за» и «против») по всем остросоциальным затрагиваемым проблемам. Эта ситуация крайне тревожна: она сигнализирует о готовности общества разделиться на два лагеря не только в виртуальном пространстве, но и на уровне гражданского общества. К счастью, ситуация гражданской войны оказалась не столь близка, в чем нас убедил анализ пользовательской коммуникации по поводу празднования 9 мая 2015 года (70-летие Победы) в Челябинске (напомним, властные структуры оказались не готовы к изменившимся условиям погоды, а нежелание отменить праздничные мероприятия при очевидном их провале вызвали бурю негативных эмоций). Пользователи Сети выступили единым фронтом, первые комментарии появились уже утром во время парада, остальные – в течение следующих двух дней, все были едины в выборе общей лексики «позор». Можно сделать вывод: пока у общества есть зримый «враг» в лице властных структур, независимо от уровня, против которого можно «объединяться», гражданская война нам не грозит.

Таким образом, самоидентификация жителей регионального центра в интернет-дискурсе укладывается в сценарий противостояния рядового горожанина и власти, который принимает форму агрессии-оппозиции или иронии-провокации, аккумулирует иррациональное начало и социальные стереотипы. В такой ситуации новые формы ведения диалога народ–власть не способствуют нахождению компромисса, затрудняют создание открытого информационного пространства, в рамках которого могли бы обсуждаться серьезные государственные проблемы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья [Электронный ресурс]. URL: [http://www.bim-bad.ru/docs/bakhtin\\_rablai.pdf](http://www.bim-bad.ru/docs/bakhtin_rablai.pdf) (дата обращения: 20.04.2015).
2. Данн Дж. Найдем ли мы общий язык? Языковая фрагментация в эпоху глобализации // Журналистика и культура русской речи. 2004. № 4.
3. Иванчук И. А. Риторическая категория разговорности в публичной речи носителей элитарного типа речевой культуры: ее специфика и функции // Вестник Томского гос. пед. ун-та. 2004. Вып. 1. С. 5–11.
4. Карицкая Л. Ю. Экспрессивные лексические ресурсы современной газетной публицистики (на материале газет Мурманского региона 2001–2008 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2011.
5. Карпоян С. М. Эпистемическая модальность в интернет-комментарии : дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2014.
6. Нестерская Л. А. Языковые средства формирования оценочности в современной публицистике // Язык, сознание, коммуникация. Москва, 2002. Вып. 21.
7. Чепкина, Э. В. Журналистский дискурс : анализ практик // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 76–85.
8. Новости Челябинска. Агентство новостей [Электронный ресурс]. URL: <http://chelyabinsk.ru/text/newsline>.